

Lusak-Gallup Studie

Lobbying in Österreich

2. Welle 2010 (Dez 09/Jän 10)

Ergebnisse und Zusammenfassung

Thema der Untersuchung: Lobbying und KMU in Österreich, Welle 2

Meinungsforschungs-Institut: Karmasin GALLUP Österreich
Auftraggeber: LUSAK Consulting

Befragungszeitraum: 18. Dezember 2009 . 11. Jänner 2010

Grundgesamtheit: Bevölkerung ab 14 Jahren

Befragungsgebiet: Gesamtes Bundesgebiet

Methode: Einschaltung in den Gallup Omnibus

persönliches Interview in den Haushalten

Stichprobenverfahren: Mehrstufig vorgeschichtetes

Random . Quoten Verfahren

Stichprobengröße: n=1000

Tabellenbasis: 1000

Strukturbereinigung: Faktorengewichtung

Auf- und Abrundung: Summe von 99 % oder 101 %

ist mit 100 % gleichwertig

Kontrollen: Schriftliche Kontrollen (10 %)

Telefonische Kontrollen (5 %)

Mit- und Nachgekontrollen (3 %)

Rücklaufkontrolle (100 %)

Plausibilitätskontrolle durch einen

Vorlauf in der Datenverarbeitung (100 %)

Wien im Jänner 2010 Österreichisches Gallup-Institut

Karmasin Marktforschung

Struktur der Befragten

Basis In Prozent

Total 1000

GESCHLECHT

Männer 484 48,4

Frauen 516 51,6

ALTER

14 - 30 Jahre 234 23,4

31 - 50 Jahre 362 36,2

Über 50 Jahre 405 40,5

BERUF

Sst Frb LA 72 7,2

Bea Ang 293 29,3

Arbeiter 185 18,5

Landwirt 19 1,9

Sch Stud 85 8,5

Hausfrau 71 7,1

Pensionist 276 27,6

SCHULBILDUNG

Pflicht 264 26,4

Beruf Fach 496 49,6

Mat Uni 240 24,0

EINKOMMEN

Bis Euro 1.500 180 18,0

Bis Euro 2.400 250 25,0

Bis Euro 3.000 192 19,2

Über Euro 3.000 180 18,0

BUNDESLAND

Wien 202 20,2

NÖ Bgld 226 22,6

Stmk Ktn 215 21,5

OÖ Sbg 230 23,0

Trl Vbg 127 12,7

ORTSGRÖSSE

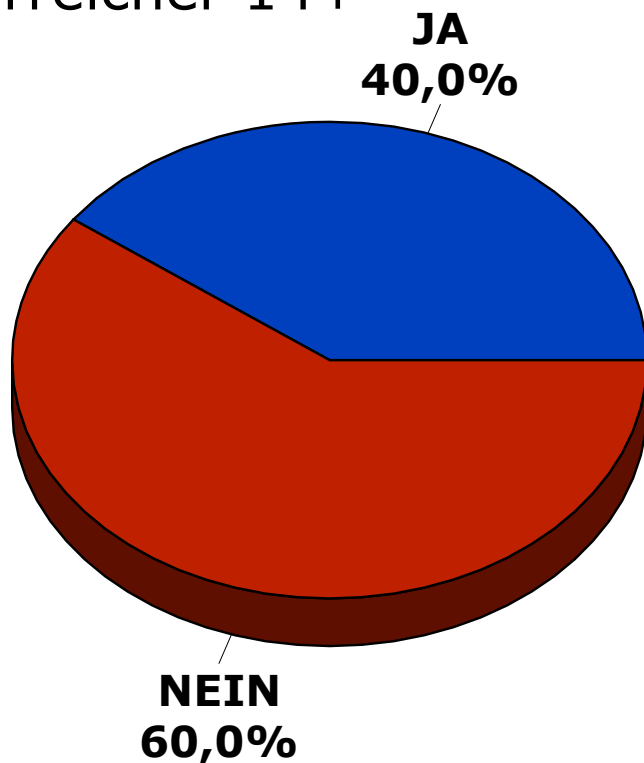
Bis 5.000 447 44,7

Bis 50.000 243 24,3

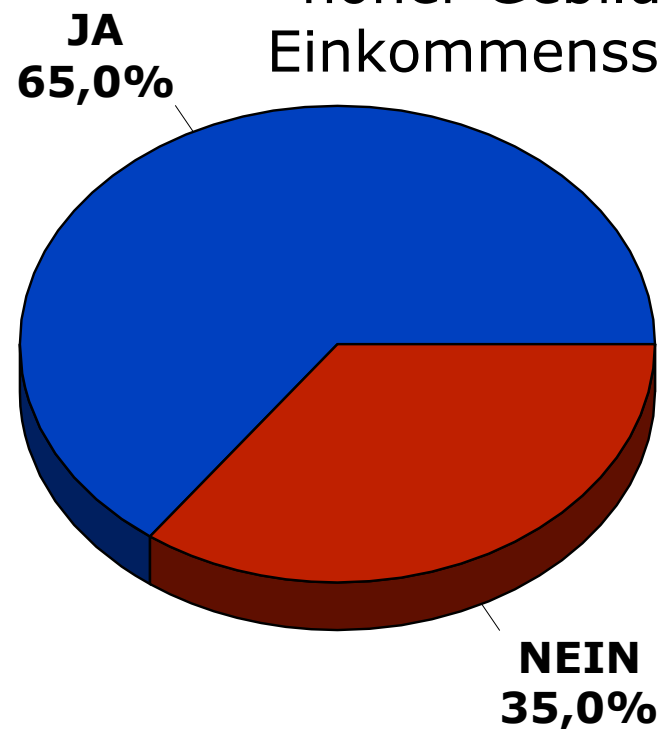
Über 50.000 109 10,9

Frage: "Kennen Sie den Begriff Lobbying?"

Österreicher 14+



Unternehmer,
höher Gebildete,
Einkommensstarke



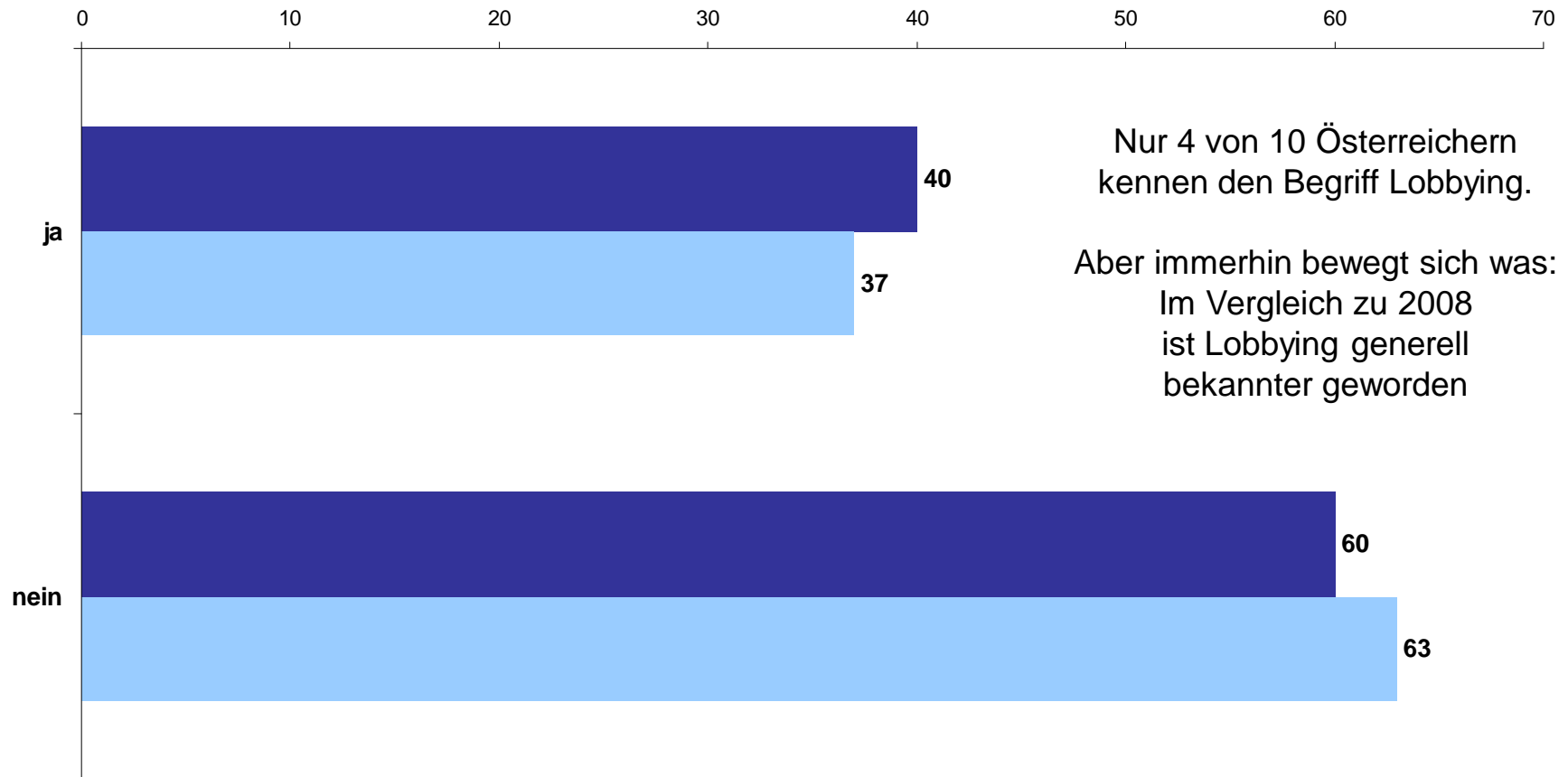
Auftraggeber: Lusak Consulting
Ausführung: GALLUP Institut 2010

Nur 4 von 10 Österreichern kennen den Begriff Lobbying.
Bei den höher Gebildeten, den Managern, Unternehmern und Einkommensstarken sind das aber 2/3
(es bleibt überraschend, dass auch in dieser Gruppe ein gutes Drittel mit dem Begriff spontan nichts anfangen kann)

Frage 1
Basis: Total, n=1000
Angaben in %

Bekanntheit Begriff "Lobbying"

■ 2009 ■ 2008

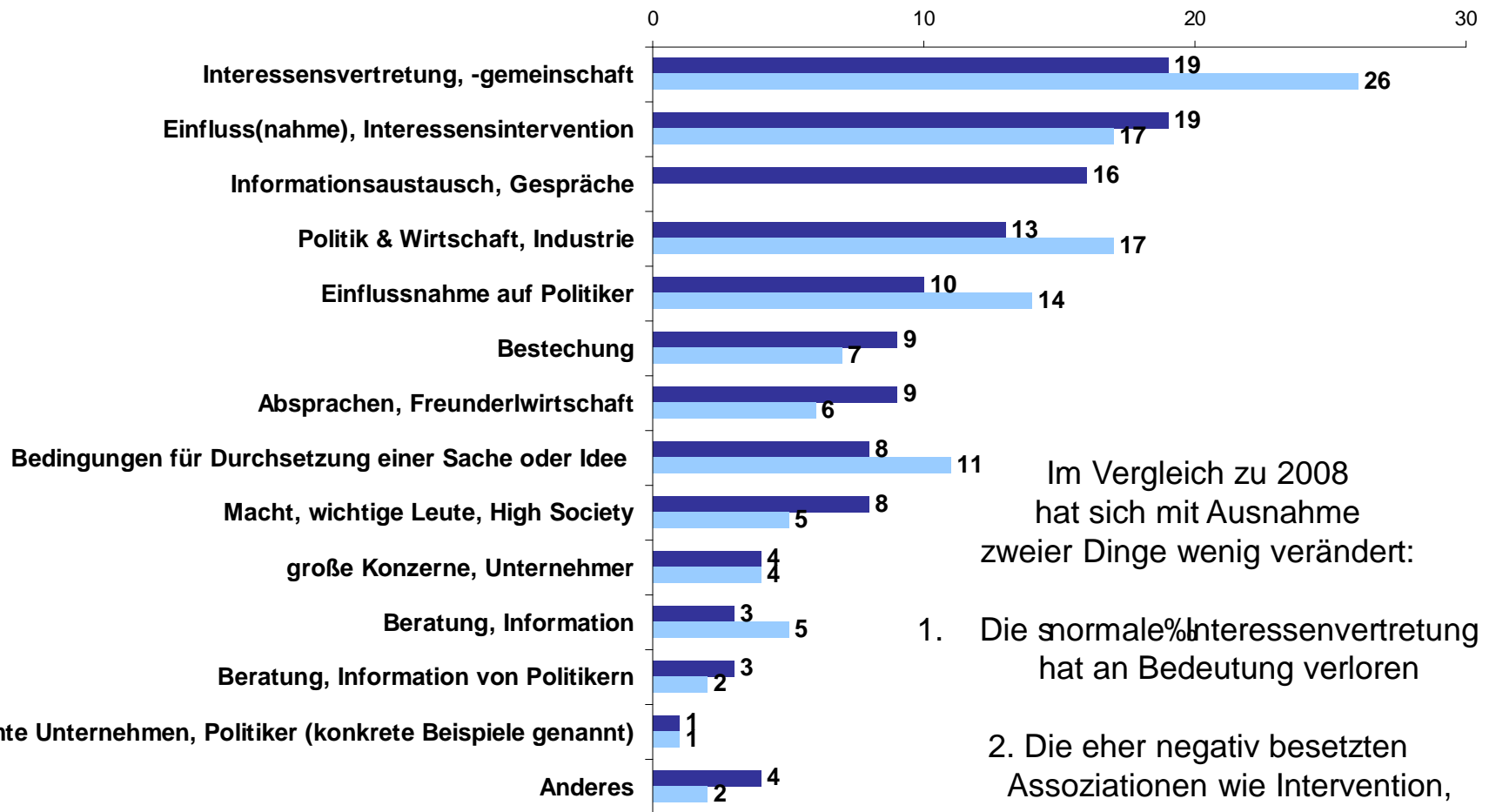


Frage 1a
 Basis: Kenner des Begriffs
 Angaben in %

Spontanassoziationen zum Begriff "Lobbying"

- Basis: Kenner des Begriffs -

■ 2009 (n=401) ■ 2008 (n=365)



Im Vergleich zu 2008
 hat sich mit Ausnahme
 zweier Dinge wenig verändert:

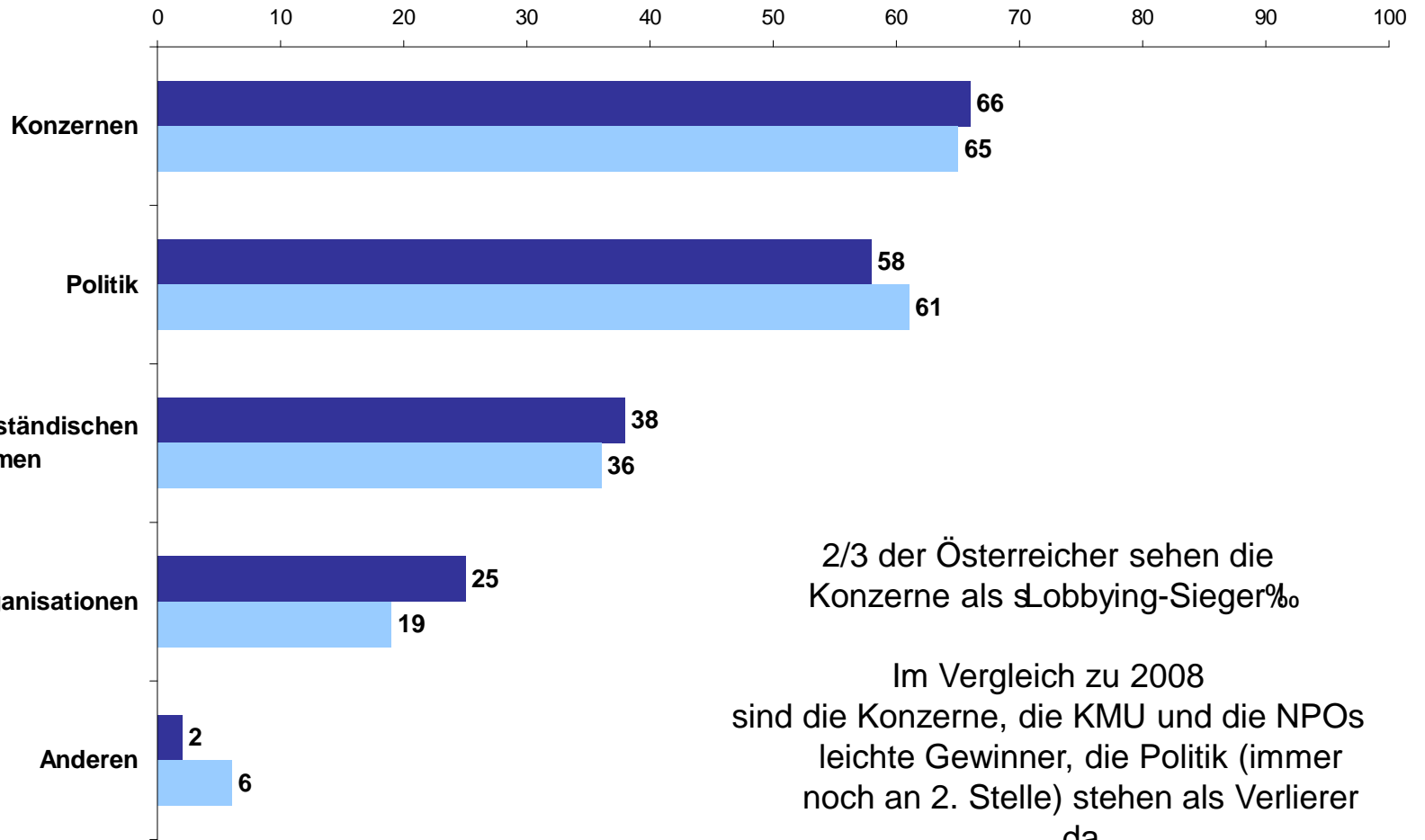
1. Die normale Interessensvertretung hat an Bedeutung verloren
2. Die eher negativ besetzten Assoziationen wie Intervention, Bestechung, Freunderlwirtschaft und Macht haben an Bedeutung gewonnen

Frage 2
Basis: Total, n=1000
Angaben in %

Was glauben Sie, wem nützt "Lobbying"?

- Basis: Total -

■ 2009 ■ 2008



2/3 der Österreicher sehen die Konzerne als „Lobbying-Sieger“

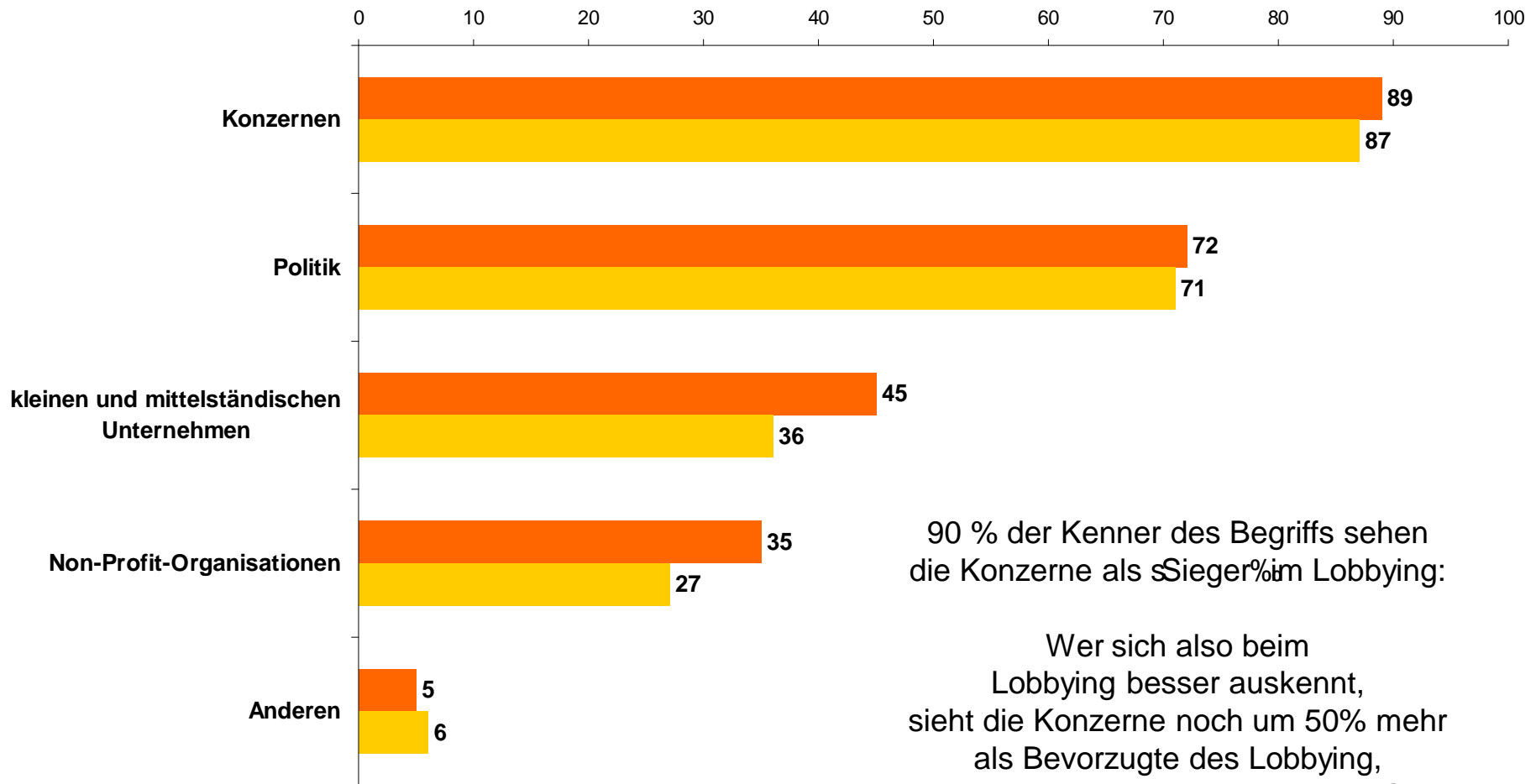
Im Vergleich zu 2008 sind die Konzerne, die KMU und die NPOs leichte Gewinner, die Politik (immer noch an 2. Stelle) stehen als Verlierer da

Frage 2
 Basis: Kenner des Begriffs
 Angaben in %

Was glauben Sie, wem nützt "Lobbying"?

- Basis: Kenner des Begriffs -

■ 2009 (n=401) ■ 2008 (n=365)



90 % der Kenner des Begriffs sehen die Konzerne als "Sieger" im Lobbying:

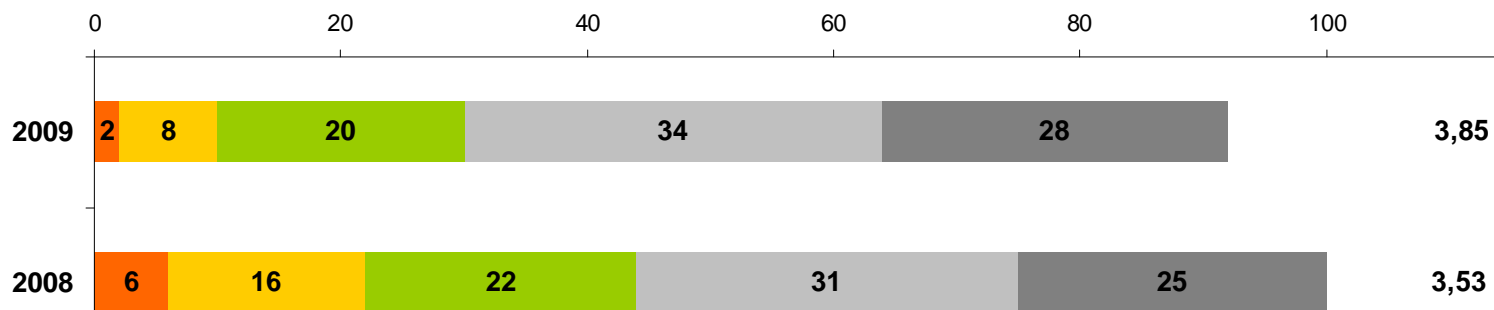
Wer sich also beim Lobbying besser auskennt, sieht die Konzerne noch um 50% mehr als Bevorzugte des Lobbying, aber auch die Politik, KMU und NPO als etwas besser im Rennen

Frage 3
Angaben in % und MW

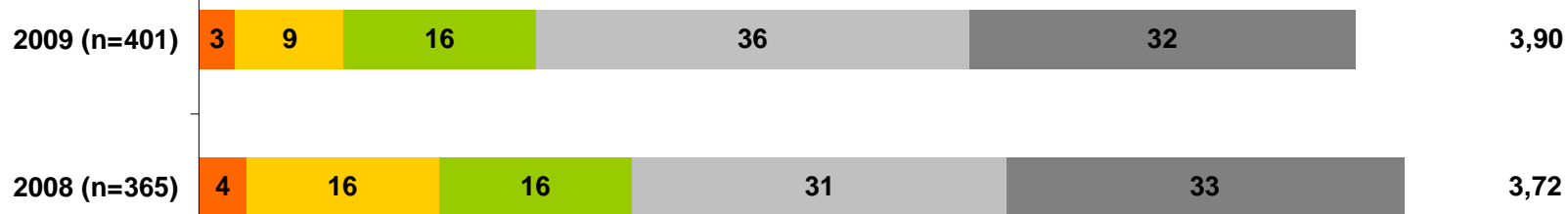
Glauben Sie, wird für die kleinen und mittelständischen Unternehmen in Österreich ... Lobbying betrieben?

■ viel zu viel
 ■ etwas zu viel
 ■ gerade richtig
 ■ etwas zu wenig
 ■ viel zu wenig
 Mittelwerte

Basis Total
(n=1000)



Basis Kennen
Begriff Lobbying



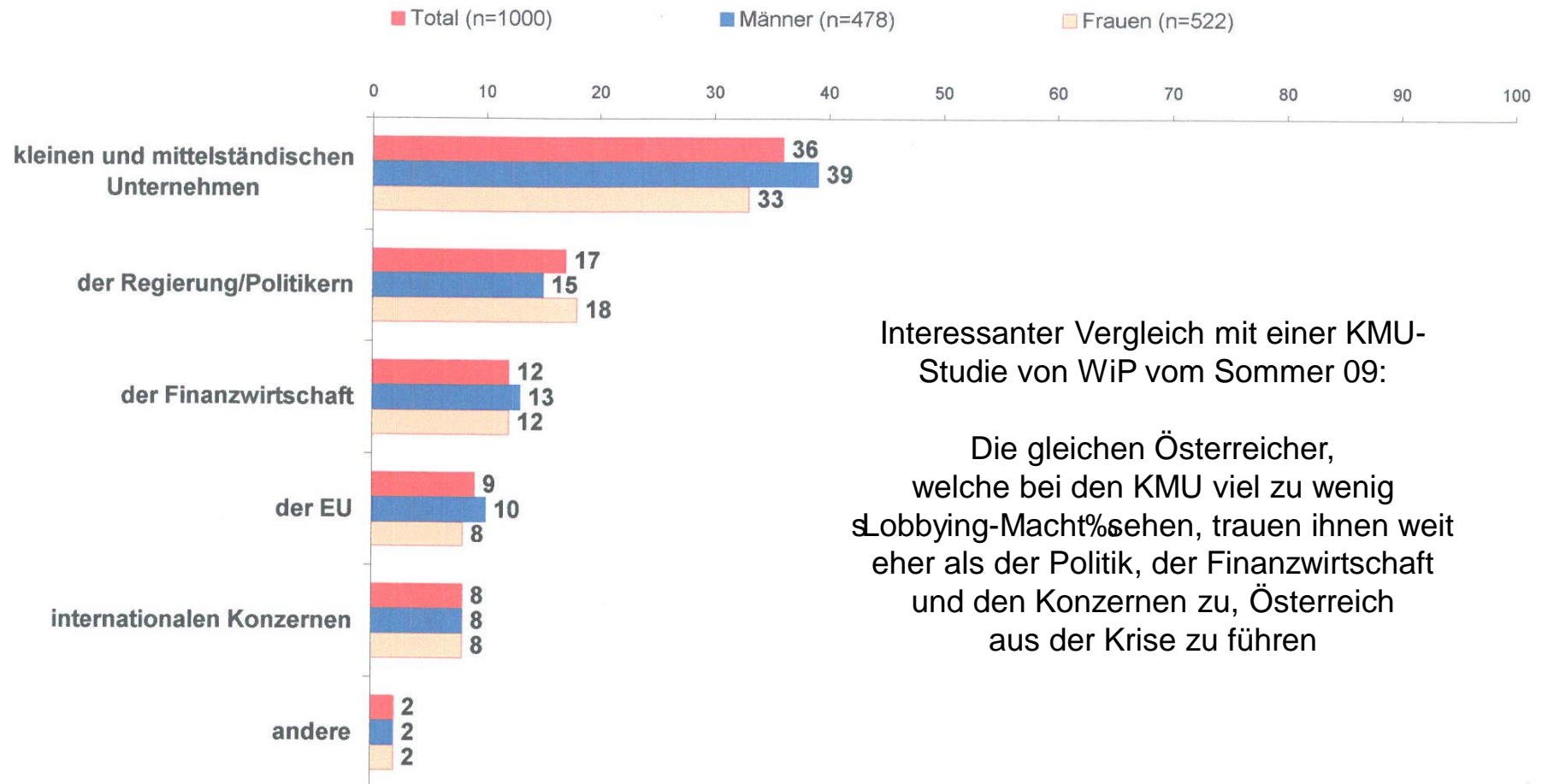
Rest auf 100% = k.A.

Die Österreicher sehen die KMU als „Lobby-Verlierer“
62% glauben, dass für KMU zu wenig Lobbying betrieben wird. Im Vergleich zu 2008 hat sich diese Einstellung noch verstärkt. Bei den Lobby-Begriffkennern ist dieser Eindruck noch ungünstiger für die KMU.

Querverweis: WiP Gallup Befragung 09: Wem trauen Sie am ehesten zu, Österreich aus der Krise zu führen?

Frage 1
Angaben in %

**Wem trauen sie am ehesten zu,
Österreich aus der Krise zu bringen?**
Total vs. Geschlecht

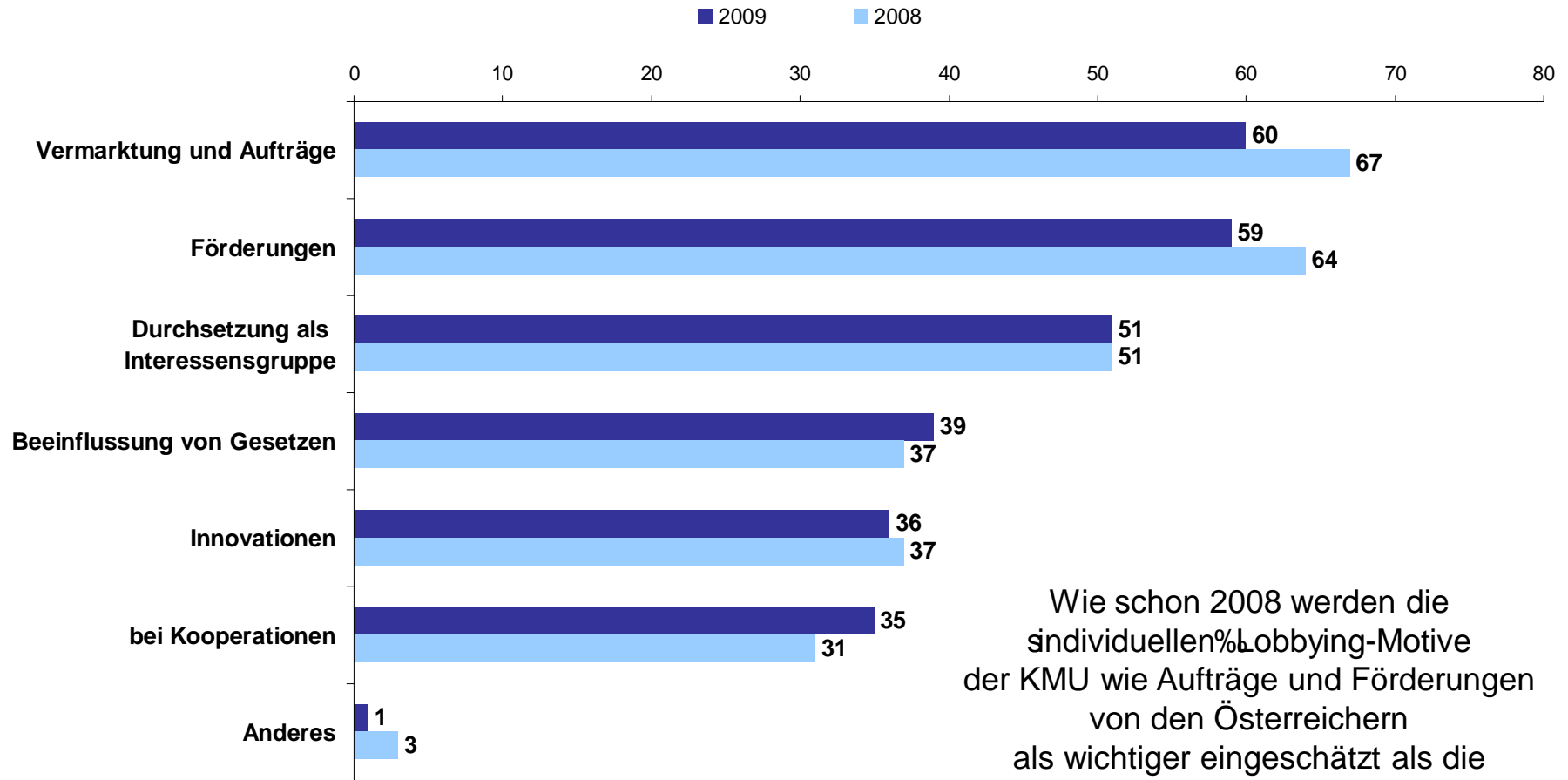


Interessanter Vergleich mit einer KMU-Studie von WiP vom Sommer 09:

Die gleichen Österreicher, welche bei den KMU viel zu wenig Lobbying-Macht sehen, trauen ihnen weit eher als der Politik, der Finanzwirtschaft und den Konzernen zu, Österreich aus der Krise zu führen

Frage 4
Basis: Total, n=1000
Angaben in %

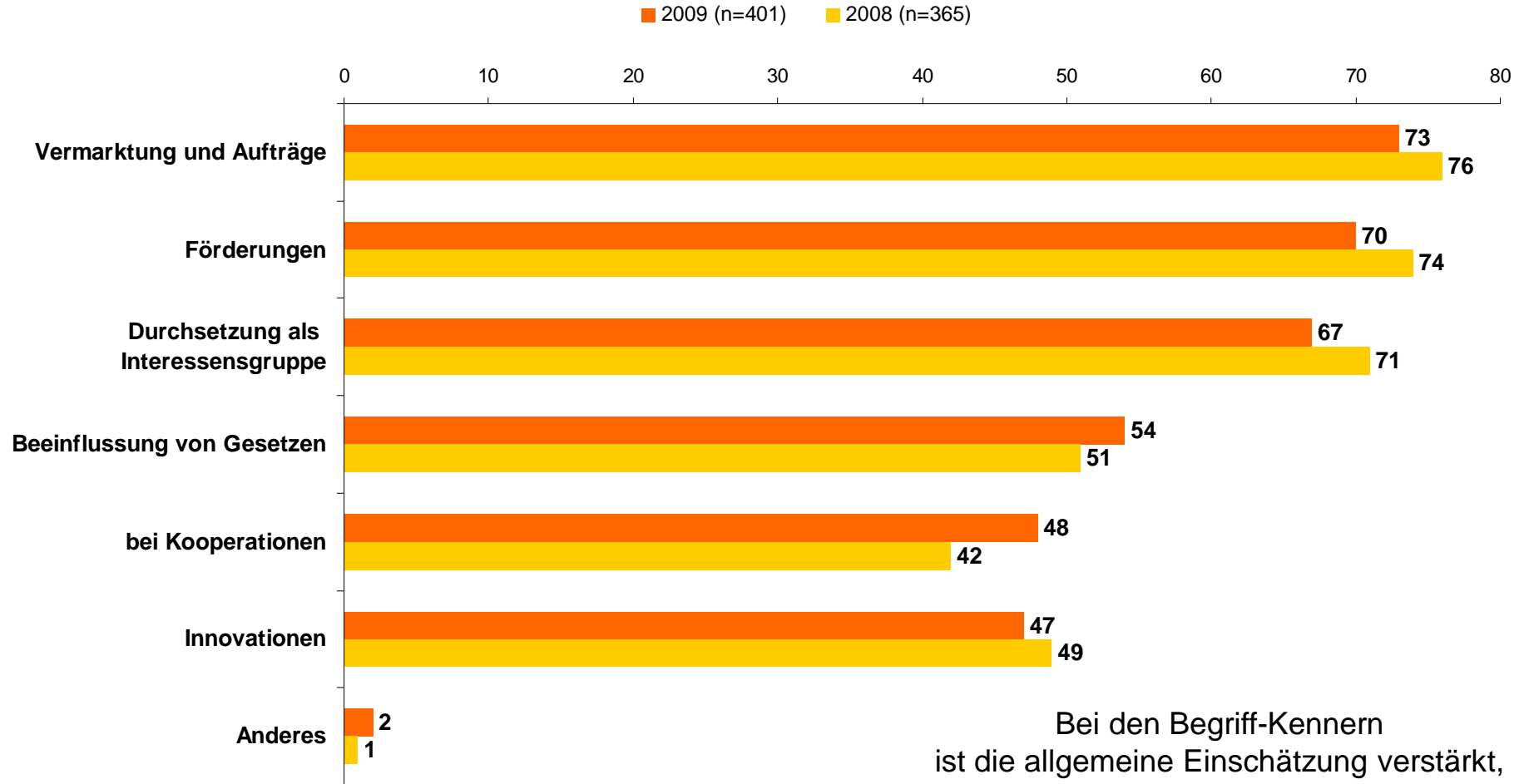
Für welche der folgenden Dinge brauchen kleine und mittelständische Unternehmen Lobbying? - Basis: Total -



Wie schon 2008 werden die individuellen Lobbying-Motive der KMU wie Aufträge und Förderungen von den Österreichern als wichtiger eingeschätzt als die allgemeinen wie Gruppen-Durchsetzung und Gesetze

Frage 4
Basis: Kenner des Begriffs
Angaben in %

Für welche der folgenden Dinge brauchen kleine und mittelständische Unternehmen Lobbying? - Basis: Kenner des Begriffs -



Bei den Begriff-Kennern
ist die allgemeine Einschätzung verstärkt,
besonders die Bedeutung des Lobbying
für die KMU als Interessengruppe

Zusammenfassung:

- “ Nur 4 von 10 Österreichern kennen den Begriff Lobbying. Bei den höher Gebildeten, den Managern, Unternehmern und Einkommensstarken sind das aber 2/3 (es bleibt überraschend, dass auch in dieser Gruppe ein gutes Drittel mit dem Begriff spontan nichts anfangen kann) - aber immerhin bewegt sich was: Im Vergleich zu 2008 ist Lobbying generell bekannter geworden
- “ Die normale Interessenvertretung hat an Bedeutung verloren. Die eher negativ besetzten Assoziationen zu Lobbying wie Intervention, Bestechung, Freunderlwirtschaft und Macht haben an Bedeutung gewonnen
- “ 2/3 der Österreicher sehen die Konzerne als Lobbying-Sieger. Unter den Lobby-Begriff-Kennern sind es sogar 90%!
- “ Die Österreicher sehen die KMU als Lobby-Verlierer. 62% glauben, dass für KMU zu wenig Lobbying betrieben wird. Im Vergleich zu 2008 hat sich diese Einstellung noch verstärkt. Bei den Lobbying-Begriffkennern ist dieser Eindruck noch ungünstiger für die KMU.
- “ Die gleichen Österreicher, welche bei den KMU viel zu wenig Lobbying-Macht sehen, trauen ihnen weit eher als der Politik, der Finanzwirtschaft und den Konzernen zu, Österreich aus der Krise zu führen (Querverweis zu WiP-Gallup-Studie 2009)
- “ Wie schon 2008 werden die individuellen Lobbying-Motive der KMU wie Aufträge und Förderungen von den Österreichern als wichtiger eingeschätzt als die allgemeinen wie Gruppen-Durchsetzung und Gesetze. Bei den Begriff-Kennern ist die allgemeine Einschätzung verstärkt, besonders die Bedeutung des Lobbying für die KMU als Interessengruppe